



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El proceso logístico y la atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C.,

Breña, 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Leslie Carolayn Pérez Ruiz (ORCID: 0000-0002-7228-6058)

**ASESORA:**

Dra. Rosa Elvira Villanueva Figueroa (ORCID: 0000-0002-3919-0185)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA- PERÚ

2019

### **Dedicatoria**


A Dios, por haberme permitido llegar culminar mi carrera profesional y brindado salud para lograr mis objetivos.

A mi madre, porque en el transcurso del desarrollo de mi profesión supieron guiarme, brindándome el soporte necesario, mediante sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

### **Agradecimiento**

Al finalizar este trabajo quiero expresar mi sincero agradecimiento a Dios por permitirme alcanzar mis sueños, a mi familia por brindarme su apoyo incondicional durante este largo periodo, a mis profesores que me brindaron soporte y conocimientos para ser de mí una gran profesional.

## Página del Jurado

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña PEREZ RUIZ LESLIE CAROLAYN cuyo título es: "EL PROCESO LOGÍSTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15. (número) ..... Quince ..... (letras).

Los Olivos, 12 de diciembre de 2019

.....  
Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza  
PRESIDENTE

.....  
Dr. Julio César Manrique Céspedes  
SECRETARIO

.....  
Dra. Rosa Elvira Villanueva Figueroa  
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

## Declaratoria de Autenticidad

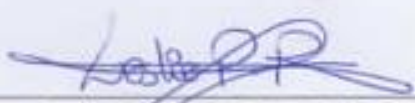
### DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Leslie Carolayn, Pérez Ruiz**, con DNI N° 75392573, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestran en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 12 de noviembre del 2019,

  
\_\_\_\_\_  
Leslie Carolayn Pérez Ruiz

## ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	10
2.1. Tipo y diseño de investigación	10
2.2. Variables, Operacionalización	10
2.3. Población y Muestra	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, valides y confiabilidad	18
2.5. Procedimiento	19
2.6. Método de análisis de datos	19
2.7. Aspectos éticos	19
III. RESULTADOS	20
IV. DISCUSIÓN	24
V. CONCLUSIONES	26
VI. RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	33

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C. del distrito de Breña, 2019. Las teorías para el proceso logístico como base tenemos la teoría de restricciones y de colas, por otro lado las teorías para la atención al cliente tenemos como teoría del consumidor y las de necesidades. La metodología que utilizo es del método hipotético, de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental con corte transversal y nivel descriptivo correlacional. La muestra es censal porque representa toda la población y está conformada por 50 colaboradores, se utilizó como instrumento el cuestionario con la técnica de encuestas, para la validez de instrumentos se utilizó la escala de Likert, esto nos ayudó para ver la confiabilidad de alfa de cronbach se evidenció que las variables proceso logístico y la atención al cliente son altamente confiable. Finalmente se concluye que si existe una relación el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C.

Palabras clave: Proceso logístico, atención de incidencias, postventa, aprovisionamiento, gestión de stock, fidelización.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to determine the relationship between the logistics process and customer service at the company El Huevo de Oro S.A.C. from the Breña district, 2019. Theories for the logistics process as a basis have the theory of constraints and queues, on the other hand, theories for customer service have the theory of the consumer and needs. The methodology I use is of the hypothetical method, of the applied type, with a quantitative approach, with a non-experimental design with cross-sectional and correlational descriptive level. The sample is census because it represents the entire population and is made up of 50 collaborators, the questionnaire with the survey technique was used as an instrument, for the validity of the instruments the Likert scale was used, this helped us to see the reliability of the alpha of cronbach evidenced that the variables logistic process and customer service are highly reliable. Finally, it is concluded that if there is a relationship the logistics process and customer service in the company El Huevo de Oro S.A.C.

**Keywords:** Logistic process, incident attention, after-sales, provisioning, stock management, loyalty.



## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la globalización hoy en día ha sido un cambio para todas las empresas por ganar más competitividad, las compañías más exitosas las desarrollan con estrategias o métodos de ofrecer un eficiente servicio y calidad de productos, también como la creatividad, agilidad, seguridad, eficacia estos factores poseen la diferencia para sus competencias. Conforme ha ido avanzando el comercio internacional, las empresas con el fin de contar con la mejor calidad en el manejo de sus procesos logísticos para la atención de sus clientes sea más eficiente, han ido desarrollando nuevas tecnologías y estrategias de mercado, así de esta manera uniendo a los proveedores con los compradores finales, mediante la cual se busca lograr la satisfacción del cliente.

Breval & Pinheiro & Rodríguez (2016) en su artículo científico titulado *una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar* a nivel internacional las compañías deberían de enfocarse en las debilidades de sus empresas, y desarrollar habilidades, estrategias para crear ventaja competitiva en sus procesos logísticos, de esta forma se llevaría un control de producción interna, se llevaría una gestión de stocks con el fin de cumplir con las programaciones de los clientes a futuros.

Ipsos Opinión y Mercado (2017) en el diario Gestión titulado *Gestión logística minera en el Perú alcanza un 70% de eficiencia afirman* a nivel nacional las áreas logísticas tienen un mayor nivel de estructura y están integradas con áreas funcionales para optimizar los tiempos de distribución, por otro lado en los sectores menores es difícil encontrar mano de obra calificada para los procesos logísticos ya que es escasa. Actualmente las logísticas constituyen una herramienta fundamental para el cliente tener su producto a la hora indicada, lo cual genera de manera necesaria conocer las regulaciones de llevar un buen control en sus tiempos de entrega. Además de contar con el correcto uso de los recursos tecnológicos para obtener como resultado la mejora en términos de tiempo, capital y control de inventarios en la entrega de la mercancía o producto al consumidor final, es decir se reducirán costos y aumentaran las ventas a nivel local e internacional ya que es un medio más expansivo y se puede generar ingresos.

A nivel local en el distrito de Breña buscan realizar de manera eficaz los procesos logísticos, desde la adquisición del producto, almacenamiento del mismo y el correcto control de registro, manejando la información de la organización. Además,

podría encajarse de la entrega del producto de forma óptima al cliente en el tiempo exacto y acordado. Por lo general el cargo de un operador logístico son: Verificar los pedidos, organizar los materiales, embalar, mover los productos de un lugar a otro, almacenar y llevar un registro de las mercancías. También determinan la cantidad de productos que se deben entregar a un cliente, una cosa importante que se debe tener en cuenta al elegir un operador logístico es que la empresa que se contrate genere confianza, ya que podría conllevar a problemas incluso judiciales por incumplimiento de contrato.

En los trabajos previos, respecto a los antecedentes internacionales se encuentra Breval & Pinheiro & Rodríguez (2016) en su artículo científico titulado *una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar* la misma tiene como propósito de identificar su importancia evaluando su estructura, sus componentes y como se mide. Como resultado se busca optimizar los recursos y procesos con el mínimo coste, también se ofrece en las empresas tener un modelo para evaluar el desempeño de la logística utilizando un indicador de tiempos de llegada y salida.

López, Acosta, Páez, Sarmiento & Tafur (2017) en su artículo científico *enfoques estratégicos del Brand Equity en las empresas que internacionalizan servicios de operación logística en Bogotá* tiene como propósito de ayudar a las empresas a marcar la diferencia positiva de sus competencias, mostrando sus productos o servicios eficientes con calidad con el fin de ser primera opción para sus clientes, tiene como metodología cuantitativa, se concluye que se puede tener un valor agregado para diferenciarse y pueden llegar a tener procesos de mejora.

Álvarez, Mijares & Zambrano (2013) en su artículo científico *Sentido de compromiso en la atención al cliente interno de la gerencia de servicios logísticos PDVSA Occidente* tiene como objetivo de brindar apoyo logístico, transporte, y las operaciones sean efectivas de manera oportuna, confiable, segura y de calidad, tiene como metodología es descriptiva, con diseño no experimental, transversal. En relación con la población fue de 17 colaboradores que lideran el proceso logístico, y se tiene como resultado descriptivo que 17.68% afirman que rara vez es importante la atención al cliente. Como conclusión se afirma que debemos de llegar a las expectativas del cliente, ya que ellos son parte fundamental de la empresa.

Araujo & Fraiz (2014) en su artículo científico *Gestión de la atención al cliente de las cadenas Hoteleras Españolas a través de sus páginas web*, tiene como fin de analizar las expectativas, necesidades para que se sientan satisfechos. Se concluye que el consumidor siempre busca un valor agregado y la mejora de sus productos como la calidad y la atención que recibe al llegar hasta que se haga la compra.

Valentina, Mock-kow, Zapata, Galvis & López (2014) en su artículo científico titulada *Gestión logística en la prestación de servicios de hospitalización domiciliaria en el Valle del Cauca: caracterización y diagnóstico* en su artículo científico tiene como objetivo analizar como los proveedores toman decisiones en los procesos de servicios, e identificar las oportunidades, por ello se concluye que se requiere implementar un método de gestión del diseño y la operación de los servicios brindados.

López, Bolaños & Méndez (2014) en su artículo científico titulado *La logística como estrategia para proveer de inteligencia a las organizaciones* tiene como propósito que las organizaciones implementen un sistema de aprendizaje de logístico para el análisis productivo del servicio, por ello se concluye que esta gestión permite a la organización administrar sus tiempos eficientemente para desarrollar un plan de mejorar en sus procesos que contribuyen con la logística.

Fernández (2011) en su artículo científico titulado *Producir y consumir: la logística, clave del éxito de una cadena de moda* tiene como objetivo identificar la eliminación del despilfarro, con el método justo a tiempo y así obtener ganancias. Se concluye que la logística es una pieza fundamental para el funcionamiento de una organización de producción, ahora ya no es solo transporte y almacenar, sino también la importancia de los puntos de ventas, diseño y fabricación.

Pelayo & Ortiz (2018) En su artículo científico *La satisfacción en las empresas de logísticas internacional en Jalisco* tiene como propósito conocer las necesidades del consumidor basándose en mejorar la calidad en el servicio, fidelización de cliente y la contratación estudiando cada factor y su relación. La metodología de estudio es cuantitativa, se realizó una encuesta vía telefónica a 170 colaboradores teniendo como resultado la variable de costos cambiantes no tiene relación con la satisfacción del cliente, y el precio no es prioridad para contratar a un cliente.

Schmal & Olave (2014) En su artículo científico *Optimización del Proceso de*

Atención al cliente en un Restaurante durante Períodos de Alta Demanda el propósito de la investigación es optimizar los procesos de atención para disminuir los tiempos de entregas de los pedidos, y la insatisfacción de los clientes. Se concluye que los tiempos de atención elevaban una serie de retraso con sus pedidos e insatisfacción al cliente y se implementó un software Restbar, utilizando tablets para mejorar la comunicación y el funcionamiento interno de la empresa, con esta propuesta aumentaron la cantidad de clientes y las ventas.

Hurtado, Robles, Preciado & Bañuelos (2017) En su artículo científico Logística de transporte y desarrollo local en organizaciones exportadoras de uva de mesa sonoreense, el objetivo principal es conocer cómo distribuir los productos en un tiempo optimo y en el lugar indicado, por ello es la logística del transporte es un medio que garantiza la entrega del producto, se concluye los procesos logísticos es de suma importancia para la distribución del producto contando un certificado de calidad, la trazabilidad para así mejorar la eficiencia en los procesos.

Martínez & Kadi (2019) en su artículo científico Logística Integral y Calidad Total, Filosofía de Gestión Organizacional orientadas al cliente tiene como propósito de relacionar ambas variables referido al cliente adaptando a las nuevas exigencias y cambios del mercado, analizando las estrategias para obtener una ventaja competitiva, llegando en conclusión que si aplicamos nuevas estrategias como mantener una comunicación fluida, se puede reducir los costos, tiempos perdidos así aumenta la productividad con el fin de obtener un ambiente laboral colaborativo y el éxito para la organización.

Briñez (2014) en su artículo científico Proceso logístico de las empresas del sector lácteo del Municipio Jesús Enrique Lossada del estado Zulia tiene como fin de identificar las mejoras en los procesos de cada área, ya que es la logística va de la mano con todos los departamentos de la empresa, la metodología es descriptiva, con diseño no experimental, transversal. En relación con la población fue censal de 6 empresas que lideran el proceso logístico, los gerentes logísticos fueron los encuestados y se tiene como resultado descriptivo que 83.33% están totalmente acuerdo con los procesos logísticos deben ser eficientes, llegar al justo tiempo que solicite el cliente. Se concluye

que la logística no debe estar aislada de los departamentos ya que hoy en día hay más tecnología, avances para que el proceso pueda acelerar más rápido.

Torres, Briñez & Romero (2017) en su artículo científico Políticas de Servicio para el Proceso Logístico en las empresas de Comercialización de Crudo Natural tiene como fin de que cliente interno o externo llegue su producto a tiempo y en el lugar adecuado para que el cliente se sienta satisfecho, la metodología es descriptiva, con diseño no experimental, transversal. En relación con la población fue de 19 colaboradores que lideran el proceso logístico, y se tiene como resultado descriptivo que 62% están en desacuerdo con el abastecimiento que realiza el cliente. Se concluye que se demoran al entregar los equipos, también vienen en mal estado al momento que llega al cliente final, por ello los gerentes buscan el mejoramiento de su formación y brindando capacitaciones para la mejora a futuro.

Figuerola, Aguirre, Wilches & Romero (2016) en su artículo científico llamado Análisis de la Logística Hospitalaria aplicada en las Entidades de Salud de Nivel 3 y 4 en la ciudad de Barranquilla tiene como objetivo establecer recomendaciones para la mejora de sus procedimientos y el manejo de los inventarios de la logística, con una metodología descriptiva para analizar las dificultades del abastecimiento, se concluye que se debe implementar una herramienta logística financiera, físicas y tecnológicas para alcanzar las mejoras y la eficiencia en la atención.

Ocampo & Rodríguez (2016) en su artículo científico llamado Estrategias de mejoramiento en la logística de cadena de frio, para productos farmacéuticos tiene como propósito identificar los procesos de la logística para los productos de alta gama y alto riesgo para el desempeño organizacional, la presente investigación se concluye que hay fallas que afectan en la cadena de frio, los operadores logísticos buscan estrategias para mejorar la integridad de los productos y no afecte al cliente final.

Granillo, Olivares, Martínez & Santana (2017) Modelos de optimización para la logística en una cadena de suministro Agroalimentaria el presente tiene como objetivo analizar la estructura de la cadena de suministro de forma gráfica, para optimizar el recorrido de la logística para optimizar el tiempo de entrega hacia el cliente final, se concluye que hay diferentes métodos que se pueden utilizar en diferentes sectores, pero

en este caso se utiliza modelos para mejorar la toma de decisiones y también elevar la calidad de los productos a través de la distribución.

Zuluaga & López (2010) en su artículo científico llamado Estrategias logísticas para el abastecimiento de las pymes del sector confección del municipio de Itagüí la metodología que utilizo es descriptiva, tiene como objetivo analizar la importancia de la logística en una realidad empresarial en un método más práctico y optimizar los problemas en el abastecimiento, se concluye que los costos de servicios públicos y los costos fijos no varían y por ello no afecta en las operaciones logísticas, más bien incentivan la formación a nuevas empresas.

Shafiq & Soratana (2019) en su artículo científico llamado Logística humanitaria y gestión de la cadena de suministro tiene como objetivo de brindar servicios humanitarios sin discriminar y protegiendo los derechos humanos de los clientes, y se desempeña un máximo número de atención. Se concluye, que el proceso logístico es logrado mediante la efectividad y la eficiencia que se logra a través de la atención al cliente final, dando recomendaciones, opiniones personal para la mejora de la organización.

Campbell & Van (2019) en su artículo científico llamado Número especial sobre avances recientes en transporte urbano y logística a través de optimización y análisis tiene como objetivo revelar nuevos modelos de mejora para la operación de los pedidos de corto y largo plazo para optimizar tiempos muertos. Se concluye muchos vemos el transporte público como el factor más importante, pero solo es una red pública en sí es el alto tráfico de las ciudades que genera un retraso al llegar al cliente final.

Valentina, Cortés & Jaén (2018) en su artículo científico llamado Diseño e implementación de un modelo de madurez de capacidades logísticas en servicios de atención médica domiciliaria tiene como propósito definir y evaluar sus capacidades logísticas para mejorar en sus servicios de procesos logísticos como atender a la persona en el momento oportuno y con los insumos requeridos, se concluye que implementaron un modelo para mejorar los servicios para los procesos administrativos y hubo una mejora en la gestión del transporte .

Querevalú, (2018), en su investigación titulada El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C., Callao, 2018, propuso como finalidad general de determinar el dominio del proceso logístico en la competitividad en la empresa. La metodología que se aplicó es hipotético deductivo con enfoque cuantitativo, y su diseño fue no experimental, transversal. La población fueron 60 trabajadores, Llegando a la conclusión se llegó a demostrar que el Proceso Logístico influye en la competitividad y confirmando que el proceso logístico es muy importante para ser competitivos, ya que con lleva una serie de etapas, y tiene que ser monitoreado las rutas de la distribución para saber el tiempo que demoran y hacerlo saber al cliente para evitar un malestar.

Chang, (2014) En la investigación titulada Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San. Se determinó como propósito general es proponer un modelo de planeación para utilizar como proceso para mejorar el servicio que brindan estos restaurantes con el fin de mejorar la satisfacción del cliente. La metodología que adhirió es enfoque cuantitativo, y el tipo de es descriptivo, correlacional. La población es de 170 colaboradores, tiene como resultado a 38% totalmente de acuerdo con la atención al cliente. Se concluye que la atención al cliente es evaluada buena por parte de los clientes, según las encuestas se dice por su actitud, su conducta, la imagen que brindan los colaboradores, fortalece la calidad de los servicios, y esto hace que se sientan seguro por el servicio.

En ese sentido tiene como teorías relacionadas al proceso logístico, nos define Másmela (2014) la teoría de restricciones fue definida por primera vez por Goldratt, como un proceso de desempeño total de todos los departamentos o área de una empresa, de esta manera la empresa se perjudica por la ineficiencia de gestión de otras áreas, por ello esta teoría nos ayuda a encontrar las causas que impiden a mejorar el desempeño, lo primero es identificar la restricción más débil para la gestión de la empresa.

De la Fuente & Pino (2000) la teoría de colas, también conocida como líneas de espera es el comportamiento que se presenta frecuentemente cuando se solicita un servicio o pedido en un lugar demandado, la teoría de colas se ve reflejado en los procesos de fábricas, en la cola de supermercados entre otros. El tiempo de espera se termina cuando la persona ha sido atendida, pero hay una regla común llamada FIFO (First in, first out) quiere decir se atiende a los clientes de acuerdo el orden de llegada, quiere decir las colas están en todas partes.

Por otro lado, las teorías relacionadas a la atención al cliente, nos define Ávila & Lugo (2004) la teoría del consumidor se refiere a los elementos que toman en cuenta los consumidores al elegir un bien o servicio, para ello se debe tener en cuenta en 2 aspectos la cantidad de dinero que está dispuesto a pagar el cliente por un consumo y la disponibilidad de dinero que tenga para gastar en diferentes periodos. Hay elementos que influyen en la preferencia del consumidor para que decida gastar en algún bien o servicio estos son: necesidades; gustos; caprichos; moda; publicidad; precios; estatus, etc. Con el fin de satisfacer sus necesidades para un determinado tiempo, sin embargo, el consumidor compara precios y determina el orden de preferencia entre ellas.

Palomo (2008) la teoría de las necesidades nos ayuda a comprender la conducta y las necesidades de las personas o consumidores esto influye como resultado en la satisfacción, teniendo una pirámide con las necesidades básicas como: Fisiológicas, seguridad, sociales, estima y autorrealización. Esta teoría es muy utilizada en muchas empresas, por la necesidad que pueden cubrir y satisfacer a sus clientes mejorando su producto.

#### Problema General

¿Qué relación existe entre el proceso logístico y la atención al cliente de la empresa El Huevo de Oro, 2019?

#### Problema Específico

¿Qué relación existe entre el proceso logístico y la información en la empresa El Huevo de Oro, 2019?

¿Qué relación existe entre el proceso logístico y la atención de incidencias en la empresa El Huevo de Oro, 2019?

¿Qué relación existe entre el proceso logístico y el seguimiento de postventa en la empresa El Huevo de Oro, 2019?

#### Justificación

Como teórico, mediante esta investigación nos dicen muchos autores sobre un buen manejo de procesos logístico, por ello se pretende dar a conocer si el proceso logístico tiene relación con la distribución de la empresa Huevo de Oro.



Como práctica, el trabajo tiene como objetivo en la empresa Huevo de Oro brindar un servicio con un tiempo optimo y a un menor costo, para así evitar inconvenientes con el consumidor final, ya que utilizaremos resultados para medir la relación que existe.

Como en metodológica, la investigación tiene como propósito brindar conocimientos aplicado en los procesos logísticos para así saber si tiene relación con la distribución en la empresa Huevo de Oro, para evitar reclamos o devoluciones de los clientes a futuro.

### Hipótesis General

Existe relación entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

### Hipótesis Específicas

Existe relación significativa entre el proceso logístico y la información en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Existe relación significativa entre el proceso logístico y la atención de incidencias en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Existe relación significativa entre el proceso logístico y el seguimiento de postventa en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

### Objetivos General

Determinar la relación del proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

### Objetivos Específicos

Determinar la relación del proceso logístico y la información en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Determinar la relación del proceso logístico y la atención de incidencias en la empresa El Huevo de Oro, 2019

Determinar la relación del proceso logístico y el seguimiento de postventa en la empresa El Huevo de Oro, 2019

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de investigación**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque cuantitativo es utilizado para medir datos cuantitativos sobre las variables, teniendo claro los objetivos y preguntas de la investigación para llegar a un resultado. (p.4)

Para Lorenzo (2017), el tipo aplicada, explora tomando en cuenta la utilización que pueda darse del entendimiento que ocasione, tomando en cuenta que podrá cambiar la objetividad dependiendo del desenlace adquirido, se estudia este tipo porque se da soluciones, mediante un estudio confiable para que cuando se analice sea claro y conciso.

Para Sampieri (2014), el diseño no experimental - transversal su objetivo es observar las variables y examinar lo que ocasiona en un momento dado, se utiliza este diseño por el cual no se manipula las variables, por lo tanto, se observa y se toma tal cual en su contexto natural.

Para Sampieri (2014), el nivel descriptivo – correlacional este nivel tiene como propósito saber la relación que tiene dos o más variables, rangos o variantes en una evidencia o relación en específico, con el objetivo es determinar la conducta de una variable con la otra variable se relaciona.

Para Cegarra (2012), el método hipotético deductivo es un método razonable para encontrar el resultado que nos formulamos y sobre las probables conclusiones que se pueda constatar si están conformes con aquellas, así mismo porque se observa y se formula hipótesis para poder comprobar y sacar conclusiones de la presente investigación.

### **2.2. Variables, Operacionalización**

#### **Variable 1: El proceso Logístico**

Para Escudero (2014) Los procedimientos para el abastecimiento constan de pasos que ocurren, ya esto está ligado al tiempo de duración de la mercancía, cuando la mercancía se envía desde la industria o el depósito a los lugares en los cuales se vende y llegan al consumidor final, la función principal es gestionar todas las operacion

Según López (2014) Los procesos para el abastecimiento es parte de la administración de la cadena de aprovisionamiento, la cual cumple la función de entregar el producto al momento, lugar, cantidad; todo al mínimo coste y lo más importante es monitorear que el producto llegue al cliente final.

Según castellano (2015) El proceso Logístico es parte de la cadena de aprovisionamiento que proyecta, adiciona y gestiona la materia prima; el almacenamiento de productos con el objetivo de que el consumidor final se encuentre complacido, por esta razón el proceso logístico es uno de los factores más importantes de la competitividad.

#### Dimensión: Aprovisionamiento

Según Escudero (2014) Son procesos de operaciones que realiza las organizaciones para abastecerse de productos, para ello se apoyan en otras áreas como (compra, fabricación, almacén, ventas) así sostener las mercancías necesarias de cada componente.

Gestión de Pedidos: Según Solórzano (2018) La recepción del pedido puede ser 2 formas: cuando la organización recibe el pedido o cuando la organización lo emite, a su vez se tiene que hacer seguimiento a los pedidos; enviar confirmación y más aún si el pedido es por teléfono se tiene que dejar constancia por correos, fax, etc.

Gestión de Stocks: Según Morillo (2015) El stock de una organización es el conjunto de artículos almacenados, o productos ya sea para vender o para la producción de la empresa

#### Dimensión: Logística Interna

Según Lobato (2013) Se define como todo aquello dentro de la empresa como gestionar el almacén con criterios de eficiencia ver el estado de mercancías o roturas de artículos.

Almacenaje: Según Flamarique (2017) Es un espacio que puede ser al aire libre o totalmente cerrado, con el objetivo de almacenar productos ya que es una necesidad para muchas empresas comercial, servicios.

Control de Inventarios: Según Meana (2017) Es verificar y controlar el tipo de existencias de que se dispone en la empresa mediante todos los movimientos de entradas y salidas como (artículos; productos; etc.) todo lo que la empresa tiene almacenado en un registro y para saber si hemos tenido pérdidas.

## Dimensión: Logística Externa

Según Villagrá (2013) Se define todo aquello externo de la organización como priorizar a los clientes de la organización, adaptarse constantemente al cambio del mercado y distribuir entregas de mercancías en tiempos óptimos y a un mínimo coste con un perfecto estado, pero también viendo los retornos de devolución de mercadería.

Expedición de Mercancías: Según Gaitán (2013) Es el acondicionamiento de los productos para que llegue en buen estado al consumidor final; las operaciones son embalaje, etiquetado, emisión de documentación y enviarlo para cargarlo al transporte.

Transporte: Según Mora (2014) Son diferentes medios para el traslado físico de mercancías desde un lugar de partida a un punto de llegada de acuerdo con las condiciones de seguridad, servicio y costo, por otro lado, es una función muy importante para la distribución.

## Variable 2: Atención al cliente

Para Carrasco (2019) La atención al cliente es el proceso que emplea una empresa para ponerse en contacto con su cliente para buscar la satisfacción del cliente y garantizar el servicio ofrecido que llegue al consumidor final en el momento oportuno.

Eugenia (2015) La atención al cliente es el proceso de actividades que se relaciona con el cliente con el fin que obtengan nuestro producto en el momento y lugar adecuado, cumpliendo sus expectativas en consideración con el precio, la imagen de la empresa.

Aceña (2016) La atención al cliente es un servicio que se brinda para mantener una buena relación con los clientes, es la información que se brinda respecto a la empresa y a las diferentes áreas para ayudar a resolver sus problemas y no se vuelvan a presentar a futuro.

## Dimensión: La Información

Según Carvajal (2019), Para poder satisfacer las necesidades de los clientes es necesario saber y escuchar lo que el usuario desea, el objetivo en esta fase es escuchar activamente la información precisa para poder nosotros brindarle un servicio.

Atender consultas: Según Pacheco (2016) La atención de consultas de los clientes debe ser con simpatía y confianza, a la hora de hacernos una consulta del servicio o producto, esto es importante ya sea una llamada por teléfono debemos hacer que se

sientan importantes o primordiales.

Comunicar los servicios: Según Carvajal (2019) Al comunicar de nuestros servicios a los consumidores se pretende que conozcan y así poder satisfacer sus necesidades, podemos brindarle algunos descuentos, promociones con el fin de captar una venta o servicio al cliente.

#### Dimensión: Atención de Incidencias

Según Carrasco (2019), las incidencias no siempre son negativas sino son los procesos de una atención extra por parte del cliente, por ello la incidencia también puede ser una felicitación por parte del cliente hacia algunos de los colaboradores de la empresa.

Atender reclamaciones: Según Carrasco (2019), las reclamaciones son exigencias del cliente por un mal servicio o producto que le hemos brindado, en algunos casos se paga una indemnización por los daños o perjuicios que hemos ocasionado.

Atender las Sugerencias y Felicitaciones: Según Carrasco (2019), las sugerencias son recomendaciones de los clientes para la empresa pueda mejorar, a diferencia de una felicitación es por la satisfacción del servicio que estamos brindando.

#### Dimensión: Seguimiento de Postventa

Según Izquierdo (2019), es un factor muy importante para contar clientes satisfechos, y lograr que se identifiquen con la marca y si es posible hacer que los usuarios compren consecutivamente, esto quiere decir, la compra habitual y la fidelidad hacia a la marca.

Controlar las garantías: Según Carrasco (2017), en este caso el vendedor está obligado a entregar el producto en buen estado al consumidor, ante cualquier falta de conformidad del cliente, siempre respetando el contrato de garantía.

Proceso de devolución: Según Carrasco (2017), el proceso de devolver un bien tangible a cambiarlo por otro no es obligatorio, puede ser voluntariamente, pero viendo el producto en qué condiciones se encuentra para proceder hacer el cambio.

Tabla 1

*Operacionalización de la variable 1: Proceso Logístico*

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala
<p>Para Escudero (2014) Los procedimientos para el abastecimiento constan de pasos que ocurren, ya está ligado al tiempo de duración de la mercancía se envía desde la industria o el deposito a los lugares en los cuales se vende y llegan al consumidor final la función principal es gestionar todas las operaciones.</p>	<p>La variable independiente: Proceso Logístico fue medida mediante la técnica de encuestas, con ítems en relación a los indicadores, así pondremos en ejecución.</p>	Aprovisionamiento	Gestión de pedido	Los pedidos realizados por el cliente son ingresados inmediatamente al sistema.	Ordinal
				La empresa capacita a los colaboradores para tener un mejor control de pedidos.	
			Gestión de Stocks	Usted cuenta con un stock determinado, hasta que llegue el nuevo pedido	
				Se registra las entradas y salidas de la mercadería como manejo de control de stock.	
		Logística Interna	Almacenaje	El almacén cuenta con zonas específicas para la carga y descarga de productos.	
				Existen ambientes adecuados para la conservación de los productos y se puedan almacenar	
			Control de inventarios	Se realiza un inventario permanente para verificar los productos de la empresa.	
				Se registran en los inventarios finales la totalidad de pérdidas de productos en el almacén.	
		Logística Externa	Expedición de mercancías	Los productos contienen un embalaje o empaquetado resistente hasta llegar al cliente.	
				Los clientes suelen devolver los productos porque están dañados.	
		Logística Externa	Transporte	La empresa tiene sus propias unidades de transporte para la entrada de sus productos	
				El producto que solicita el cliente siempre es entregado a tiempo.	

Tabla 2

*Operacionalización de la variable 2: Atención al client*

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala
Para Carrasco (2019) La atención al cliente es el proceso que emplea una empresa para ponerse en contacto con su cliente para buscar la satisfacción del cliente y garantizar el servicio ofrecido que llegue al consumidor final en el momento oportuno.	La variable dependiente: Atención al cliente fue medida mediante la técnica de encuestas y cuestionarios, con ítems en relación a los indicadores para su realización.	Información	Atender consultas	Se envía correo electrónico de la conformidad de la atención con el cliente como evidencia	Ordinal
				Las consultas de los clientes son atendidos el mismo día sin postergación del colaborador	
			Comunicar los Servicios	Al cliente se le comunica siempre los cambios de precio del producto antes de enviarlos	
				El colaborador comunica al cliente los días no laborables para que soliciten su pedido con anticipación	
		Atención de incidencias	Atender Reclamaciones	Los clientes reclaman frecuentemente por el tiempo de entrega del producto	
				Los reclamos de los clientes se registran oportunamente y se resuelve el mismo día	
			Sugerencia y Felicitaciones	El cliente felicita a los colaboradores por la calidad y limpieza del producto	
				La sugerencia de los clientes es constantemente por las unidades vehicular que deben estar siempre limpias	
		Seguimiento de postventa	Controlar las garantías	La empresa Huevo de Oro brinda garantía, certificado de calidad, de sus productos	
				Si el producto llega en malas condiciones al cliente, inmediatamente es cambiado por otro producto	
			Proceso de devolución	El cliente devuelve el pedido cuando no llegan a la hora indicada	
				Los productos devueltos como el huevo son desechados a la basura	

### **2.3.1. Población**

Para Pulpón (2006) Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características que son las que se desea estudiar, lo cual cuando se conoce la población que se va a estudiar, se llama población finita y cuando no se conoce la población se le conoce como población infinita.

La población para esta investigación está compuesta por todos los colaboradores que se encuentran laborando actualmente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C. del distrito de Breña, teniendo con una población total de 50 colaboradores.

### **2.3.2. Muestra**

Para Pulpón (2006) Es un grupo de individuos que se estudia, es decir, es un subconjunto que se toma de la población.

Para esta investigación la muestra será censal se tomará igual a la población ya que es pequeña y será con los colaboradores que trabajan en la empresa Huevo de Oro S.A.C.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1. Técnicas**

La técnica que se utilizara para esta investigación es la encuesta, en donde fue aplicado para los colaboradores de la empresa Huevo de Oro S.A.C., que nos ayudará saber si existe relación el proceso logístico y la distribución.

Para García (2004) es un instrumento que sirve para conocer las características de una población, así mismo la encuesta también sirve para recopilar datos, como conocimientos, ideas, la cual permite una apreciación empírica de lo que se investiga.

### **2.4.2. Instrumento**

Se empleó un cuestionario de acuerdo a las variables y sus indicadores, se determinaron 24 preguntas.

Para García (2004) Es un instrumento muy utilizado como recurso de investigación, el cuestionario es de forma escrita, son preguntas o afirmaciones que tienen coherencia y con un lenguaje sencillo, por otro lado, las preguntas deben estar relacionado al tema de la investigación.



### 2.3.1. Población

Para Pulpón (2006) Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características que son las que se desea estudiar, lo cual cuando se conoce la población que se va a estudiar, se llama población finita y cuando no se conoce la población se le conoce como población infinita.

La población para esta investigación está compuesta por todos los colaboradores que se encuentran laborando actualmente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C. del distrito de Breña, teniendo con una población total de 50 colaboradores.

### 2.3.2. Muestra

Para Pulpón (2006) Es un grupo de individuos que se estudia, es decir, es un subconjunto que se toma de la población.

Para esta investigación la muestra será censal se tomará igual a la población ya que es pequeña y será con los colaboradores que trabajan en la empresa Huevo de Oro S.A.C.

## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### 2.4.1. Técnicas

La técnica que se utilizara para esta investigación es la encuesta, en donde fue aplicado para los colaboradores de la empresa Huevo de Oro S.A.C., que nos ayudará saber si existe relación el proceso logístico y la distribución.

Para García (2004) es un instrumento que sirve para conocer las características de una población, así mismo la encuesta también sirve para recopilar datos, como conocimientos, ideas, la cual permite una apreciación empírica de lo que se investiga.

### 2.4.2. Instrumento

Se empleó un cuestionario de acuerdo a las variables y sus indicadores, se determinaron 24 preguntas.

Para García (2004) Es un instrumento muy utilizado como recurso de investigación, el cuestionario es de forma escrita, son preguntas o afirmaciones que tienen coherencia y con un lenguaje sencillo, por otro lado, las preguntas deben estar relacionado al tema de la investigación.

Así mismo, el cuestionario fue elaborado mediante una escala tipo de Likert. Para Naresh (2004) Es una escala de medición utilizadas para los encuestados, en general tiene 5 categorías de respuestas como Totalmente desacuerdo hasta Totalmente de acuerdo.

#### 2.4.3 Validez del instrumento

Para Ariel, (2006) Se encarga de medir, observar lo que se pretende investigar, esto es fundamental para obtener la confiabilidad esto es de acuerdo de la variable teórica, ya que no será válido ni confiable.

Se muestra en la siguiente tabla, las personas responsables quienes se encargaron de verificar detalladamente la conformidad de la validez del cuestionario

Tabla 3  
*Expertos evaluadores del instrumento de estudio.*

Grado	Expertos	Instrumento 1	Instrumento 2
Dra. Administración	Rosa Elvira, Villanueva Figueroa	Aplicable	Aplicable
Dr. Administración	Rosel Alba Arce	Aplicable	Aplicable
Dr. Administración	Abraham, Cárdenas Saavedra	Aplicable	Aplicable

#### 2.4.4. Confiabilidad

Para Fernández (2006) La confiabilidad tiene que ver con precisión para obtener resultados parecidos cuando se aplica el cuestionario, se utilizan fórmulas que se obtiene el coeficiente de confiabilidad que puede ser entre cero y uno, cuando el coeficiente sea cero quiere decir nula es la confiabilidad, y uno representa un máximo de confiabilidad.

Por ello para obtener una confiabilidad de dicho instrumento se aplicó el método hipotético deductivo y se utilizó como herramienta el SPSS utilizando el método estadístico de Alfa de Cronbach, en donde se emitió una encuesta piloto a 20 trabajadores que elaboran en la empresa el Huevo de Oro S.A.C. lo cual se presenta el Proceso logístico fue 0,861 y la variable Atención al cliente 0,856, lo cual existe una alta confiabilidad para ambos instrumento

Tabla 4: *Confiabilidad – Alfa de Cronbach*

Cuestionario	Alfa de Cronbach	Nº de ítems
Proceso Logístico	,861	12
Atención al cliente	,856	12

## 2.5. Procedimiento

En la presente investigación se llevó a cabo mediante un cuestionario de 24 ítems, el cual se aplicó mediante una encuesta en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, por ello se pidió permiso a la empresa 15 minutos antes de la hora de salida para encuesta a 50 colaboradores, lo cual fue procesado y analizado en el programa estadístico SPSS Versión 22,0.

## 2.6. Método de análisis de datos

El método es hipotético deductivo, se realizó una base de datos para las dos variables, se guardaron los datos obtenidos, para procesar en el análisis descriptivos e inferencial en el programa estadístico SPSS versión 22 y en Excel. Por otro lado también se utilizó el Coeficiente Rho de Spearman para calcular la correlación de las variables y dimensiones, así mismo la prueba de normalidad con el propósito de analizar, explicar las variables si tienen relación, por último se utiliza la tabla de grado de correlación para la interpretación.

*Tabla 5: Niveles de correlación*

VALOR	SIGNIFICADO
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación positiva muy baja
0	Nula
0,0 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2015, p.305)

## 2.5. Aspecto ético

El aspecto ético en la información proporcionada por la empresa, se ha manejado con mucha confidencialidad, respetando los aportes que nos han brindado, en tanto se asegura que la presente investigación no está sometido a plagio ni copia de otro trabajo que ya fue realizado.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Análisis descriptivos

Tabla: 6 -*Variable Proceso Logístico*

		Proceso logístico (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Vál ido	Total desacuerdo	3	6,0	6,0	6,0
	Desacuerdo	13	26,0	26,0	32,0
	Indiferente	16	32,0	32,0	64,0
	De acuerdo	11	22,0	22,0	86,0
	Total acuerdo	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 6 y figura 1 se evidencia en los resultados de los 50 colaboradores encuestados el 6% opinan que se encuentran en total desacuerdo, así mismo el 26% están en desacuerdo, por otro lado el 32% se encuentran indiferente, mientras que el 22% se encuentran de acuerdo y por último el 14% respondieron están total acuerdo con el proceso logístico se realiza en la empresa.

Tabla 7 - *Variable Atención al cliente*

		Atención al cliente (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Total desacuerdo	2	4,0	4,0	4,0
	Desacuerdo	10	20,0	20,0	24,0
	Indiferente	19	38,0	38,0	62,0
	De acuerdo	13	26,0	26,0	88,0
	Total acuerdo	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Interpretación: Según la tabla 9 y figura 2 se evidencia en los resultados de los 50 colaboradores encuestados el 4% opinan que se encuentran en total desacuerdo, así mismo el 20% están en desacuerdo, por otro lado el 38% se encuentran indiferente, mientras que el 26% se encuentran de acuerdo y por último el 12% respondieron están total acuerdo con el proceso logístico se realiza en la empresa.

### 3.2. Análisis Inferencial

Tabla 8 - Prueba de Shapiro-Wilk

Pruebas de normalidad			
	Estadístico	gl	Sig.
Proceso logístico	,322	50	,000
Atención al cliente	,302	50	,000

Interpretación: en la tabla 8, se tiene un 95% de confianza con un p-valor: 0,000 siendo menor la significancia 0,05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, esto quiere decir que existe una relación significativa entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019. Donde según la correlación es 0,322 para el proceso logístico y en la atención al cliente varía, teniendo en cuenta con la correlación existe una correlación positiva baja.

#### 3.2.2 Prueba de Hipótesis General

Ha: Existe relación entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Ho: No existe relación entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Tabla 9

*Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre proceso logístico y atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019*

Proceso logístico			Atención al cliente
Rho de Spearman	Proceso logístico	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,813**
		N	.000
	Atención al cliente	Coeficiente de correlación	50
		Sig. (bilateral)	50
		N	50

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Observando la tabla 9, la significancia bilateral es de 0.000 la cual es menor a 0,05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.813 por lo que se determina que existe una correlación positiva alta, esto quiere decir, que nos muestra que existe relación entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019.

### Hipótesis específica N°1

Ha: Existe relación significativa entre el proceso logístico y la información en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Ho: No existe relación significativa entre el proceso logístico y la información en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Tabla 10

*Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre proceso logístico y la información en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019*

		Proceso logístico	Información
Rho de Spearman	Proceso logístico	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,659**
		N	.000
	Información	Coeficiente de correlación	50
		Sig. (bilateral)	50
		N	50

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Observando la tabla 10, la significancia bilateral es de 0.000 la cual es menor a 0,05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.659 por lo que se determina que existe una correlación positiva alta, esto quiere decir, que nos muestra que existe una relación significativa entre el proceso logístico y la información en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019

### Hipótesis específica N°2

Ha: Existe relación significativa entre el proceso logístico y la atención de incidencias en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Ho: No existe relación significativa entre el proceso logístico y la atención de incidencias en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Tabla 11

*Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre proceso logístico y la información en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019*

Proceso logístico			Atención de incidencias	
Rho de Spearman	Proceso logístico	Coeficiente de correlación	1.000	,513**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	50	50
	Atención de incidencias	Coeficiente de correlación	,513**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	50	50

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Observando la tabla 11, la significancia bilateral es de 0.000 la cual es menor a 0,05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.513 por lo que se determina que existe una correlación positiva moderada, esto quiere decir, que existe una relación significativa entre el proceso logístico y la atención de incidencias en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019

### Hipótesis específica N°3

Ha: Existe relación significativa entre el proceso logístico y el seguimiento de posventa en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Ho: No existe relación significativa entre el proceso logístico y el seguimiento de posventa en la empresa El Huevo de Oro, Breña, 2019

Tabla 12

*Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre proceso logístico y el seguimiento de posventa en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019*

Proceso logístico			Seguimiento de Posventa	
Rho de Spearman	Proceso logístico	Coeficiente de correlación	1.000	,412**
		Sig. (bilateral)		.003
		N	50	50
	Seguimiento de Posventa	Coeficiente de correlación	,412**	1.000
		Sig. (bilateral)	.003	
		N	50	50

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Observando la tabla 12, la significancia bilateral es de 0.000 la cual es menor a 0,05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.412 por lo que se determina que existe una correlación positiva moderada, esto quiere decir, que existe una relación significativa entre el proceso logístico y el seguimiento de posventa en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019

#### IV. DISCUSIÓN

En la presente investigación se determinó como objetivo general la relación entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro, 2019; según los resultados obtenidos mediante la investigación realizada se observó que existe una relación alta entre la variable proceso logístico y la variable atención al cliente.

Esta investigación tiene una semejanza con la variable atención al cliente por Chang, (2014) en su investigación con metodología con enfoque cuantitativo, y el tipo de es descriptivo, correlacional. La población es de 170 colaboradores se medirá mediante un cuestionario. Se difiere como resultado descriptivo que 38% de colaboradores indicaron que es agradable la atención al cliente esto es inferior a la presente investigación en el resultado descriptivos 26% están de acuerdo con la atención esto difiere porque se demoran en contestar en los pedidos, ya que los clientes llaman a una hora donde hay mucha demanda, y se queda en colas las llamadas.

Esta investigación tiene una semejanza con la variable proceso logístico por Querevalú, (2018) en su investigación con metodología con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal, la población en la presente investigación es de 60 colaboradores, se difiere como resultado descriptivo que 54.5% de colaboradores están totalmente de acuerdo con el proceso logístico ya que debe ser distribuida de la mejor manera, situación inferior a la presente investigación en el resultado descriptivo el 14% están total de acuerdo con el proceso logístico esto difiere porque en la empresa no monitorea el seguimiento de las entregas del producto hasta el cliente. Los autores aseguran que es recomendable hacer seguimiento a las mercancías desde que el transporte sale de la organización hasta la entrega al cliente, así obtener una posición en el mercado. Concuero con los autores en hacer seguimiento a las entregas, para así optimizar los costos de transportes, en disminuir en ir nuevamente al cliente por sus documentos ya que con lleva una serie de procesos.

Esta investigación tiene una similitud de la variable proceso logístico por Torres, Briñez & Romero (2017) en su investigación con metodología descriptiva y con diseño no experimental y corte transversal, la población en la presente investigación es de 19 colaboradores, se difiere como resultado descriptivo que 62% colaboradores están en desacuerdo con el proceso logístico en las entregas de sus pedidos, situación inferior con el



resultado descriptivo en la presente investigación el 26% están en desacuerdo. Los autores aseguran que el problema es el traslado de llevar los equipos a diferentes puntos por el tiempo que se demoran en llegar al cliente y esto hace que genere una desconfianza. Concuero con los autores en que los atrasos de tiempo, generan que los clientes sientan desconfianza en los clientes a que no vuelvan a comprar, y como consecuencia trae pérdidas en las ganancias.

Esta investigación tiene una semejanza con la variable atención al cliente por Álvarez, Mijares & Zambrano (2013) en su investigación con metodología descriptiva y con diseño no experimental la población en la presente investigación es de 17 colaboradores, se difiere como resultado descriptivo que el 17.68% afirman que rara vez, es importante la atención al cliente que salir a su hora de culminación, situación con el resultado descriptivo en la presente investigación el 38% piensan indiferente en atender al cliente. Los autores afirman que el compromiso hacia el trabajo genera lealtad hacia los clientes y la fidelización, por tanto es un aspecto negativo estar más pendiente en su hora de salida. Concuero con los autores en que atención al cliente es importante porque es la imagen que brinda la empresa, por otro lado los clientes regresan al lugar donde le tratan bien y se sienten satisfechos, llevando la fidelización.

Esta investigación tiene una equivalencia con la variable el proceso logístico por Briñez, (2014) en su investigación metodología es descriptiva, con diseño no experimental, transversal. En relación con la población fue censal de 6 empresas que lideran el proceso logístico, los gerentes logísticos fueron los encuestados y se tiene como resultado descriptivo que 83.33% están totalmente acuerdo con los procesos logísticos deben ser eficientes, llegar al tiempo determinado que solicite el cliente, situación inferior con el resultado descriptivo de la presente investigación el 22% están de acuerdo con el proceso logístico. Los autores afirman que no solo es la calidad del producto, sino también tener una respuesta rápida con las entregas a tiempo, según los requerimientos que soliciten la hora, lugar y la cantidad. Concuero con el autor el proceso logístico es el tiempo en que sale el producto desde la empresa, para llegar al cliente final por ende estas etapas debe ser en momento indicado, y anticipando al cliente en los retrasos, como también evitando futuros inconvenientes.

## V. CONCLUSIONES

Se determina las siguientes conclusiones, en concordancia de nuestros objetivos e hipótesis.

Primero: Se determina que existe una relación significativa entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa El Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019, teniendo como resultado de Rho de Spearman 0.813 que se considera positiva muy alta, esto quiere decir, a medida que el proceso logístico se llegue a menor tiempo el pedido del clientes, la atención mejorará.

Segundo: Se determina que existe una relación significativa entre el proceso logístico y la información en la empresa El Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019, teniendo como resultado de Rho de Spearman 0.659 que se considera positiva y moderada, esto quiere decir, si se presenta un retraso en la información del pedido se debe anticipar al cliente para que pueda tomar las medidas correctivas.

Tercero: Se determina que existe una relación significativa entre el proceso logístico y la atención de incidencias en la empresa El Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019, teniendo como resultado de Rho de Spearman 0.513 que se considera positiva y moderada, esto quiere decir, que el grado de incidencias que se presente, los clientes no confiarían en nosotros, lo cual se sentirían insatisfechos.

Cuarto: Se determina que existe una relación significativa entre el proceso logístico y el seguimiento de postventa en la empresa El Huevo de Oro S.A.C., Breña, 2019, teniendo como resultado de Rho de Spearman 0.412 que se considera positiva y moderada, esto quiere decir, que al brindarle un seguimiento desde que compran un producto, hasta que ya lo obtienen para saber si presentaron alguna incidencia el cliente se siente importante y se pueda lograr a fidelizarlos.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se determina las siguientes recomendaciones:

Primero: Se dará a conocer los resultados de la presente investigación a la gerencia logística, para que puedan implementar un sistema de mejora en el proceso logístico y la atención al cliente para evitar retrasos en los pedidos y generar confianza con el cliente.

Segundo: Definir una estrategia para tener más contacto con el cliente como correos, mensajes vía WhatssAp, haciendo seguimiento y siempre brindando el status de su pedido, esto permite anticipar crear lazos de confianza, seguridad, así fomentando el compromiso de la empresa hacia los clientes.

Tercero: Se recomienda brindar capacitaciones, charlas al personal de sus habilidades blandas como trabajar en equipo, tener una comunicación afectiva con sus compañeros de trabajo, para así se puedan apoyarse en las entregas de productos para evitar devoluciones, retrasos, así poder lograr fidelizar a los clientes por la calidad y la eficiencia del servicio.

Cuarto: Se sugiere revisar o embalar todos los productos antes de entregar al cliente para evitar que llegue en malas condiciones el producto, por otro lado se recomienda que por cada salida del transporte se debe limpiar, para presentar una buena imagen al cliente, y los productos lleguen en buen estado.

## REFERENCIAS

- Aceña, M. (2016) *Gestión de Costes y Calidad de servicio de transporte*. Madrid, España:
- Álvarez, T. & Mijares, B. & Zambrano, E. (2013) *Sentido de compromiso en la atención al cliente interno de la gerencia de servicios logísticos PDVSA Occidente*, Universidad Rafael Bellosó Chacín, Venezuela.
- Araujo, N. & Fraiz, J. (2014) *Gestión de la atención al cliente de las cadenas hoteleras españolas a través de sus páginas web*, Universidad de Vigo, España.
- Ariel, C. (2006) *Técnica para investigar: Recursos Metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Editorial: Brujas, (2ª ed.) Argentina.
- Ávila, J. & Lugo (2004) *Introducción a la Economía*, 3era Edición, Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=vqe1mvhmluac&pg=pa124&dq=teoria+de+l+consumidor&hl=es&sa=x&ved=0ahukewivvpjnqn3kahv\\_ibkghcxbnqq6aeimjac#v=onepage&q=teoria%20del%20consumidor&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=vqe1mvhmluac&pg=pa124&dq=teoria+de+l+consumidor&hl=es&sa=x&ved=0ahukewivvpjnqn3kahv_ibkghcxbnqq6aeimjac#v=onepage&q=teoria%20del%20consumidor&f=false)
- Breval, S. & Pinheiro, O. & Rodríguez, C. (2016) *Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma*, Ingeniería Chilena, Tomo 25, N° 2.
- Bríñez, M. (2014) *Proceso logístico de las empresas del Sector Lácteo del Municipio Jesús Enrique Lossada del estado Zulia*. Universidad del Zulia, Venezuela
- Campbell, A. & Van, T. (2019) *Special Issue on Recent Advances in Urban Transport and Logistics Through Optimization and Analytics*. School of Industrial Engineering, Eindhoven University of Technology
- Carvajal, L. (2019) *Atención al cliente*. Formación Profesional Básica. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=mymxdwaaqbaj&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Casanovas, A. (2000) *Logística Empresarial*. Barcelona, Edición: Gestión 2000 <https://books.google.com.pe/books?id=o9po4aflppqc&pg=pa19&dq=l+proceso++logistico&hl=es419&s=x&ved=0ahukewik0r2zqkniahwowfkku7vcmuq6aeivtai#v=onepage&q=l%20proceso%20%20logisco&f=false>
- Cegarra, J. (2012) *Los métodos de Investigación: Ciencia y Tecnología*. Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos

- Chang, J. (2014) *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán San Marcos*. (Optar por el título de Licenciada de Administración de Empresas) Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango.
- De la Fuente & Pino (2000) *Teoría de Líneas de Espera: Modelos de colas*, Universidad de Oviedo. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=2zzzjwmkfnoc&printsec=frontcover&dq=teoria+de+colas&hl=es&sa=x&ved=0ahukewjjgyr27nvkahvyhrkghcnocpoq6aeilta#v=onepage&q=teoria%20de%20colas&f=false>
- Escudero, M. (2014) *Logística de almacenamiento*. Madrid, España. Edición: Paraninfo [https://books.google.com.pe/books?id=anc6awaaqbaj&printsec=frontcover&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=anc6awaaqbaj&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Eugenia, M. (2015) *Servicio de atención comercial*. Madrid, España. Edición: Paraninfo <https://books.google.com.pe/books?id=ue7jcqaaqbaj&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente&hl=es&sa=x&ved=0ahukewje5qfis6vjahuhvfkkhxeibxo4chdoaqhjmay#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente&f=false>
- Fernández, I. (2011) *Producir y consumir: la logística, clave del éxito de una cadena de moda*, Grupo de investigación Charles Babbage en Ciencias Sociales del Trabajo.
- Figuroa, L. & Aguirre, S. & Wilches, M. & Romero, D. (2016) *Análisis de la Logística Hospitalaria aplicada en las Entidades de Salud de Nivel 3 y 4 en la ciudad de Barranquilla*, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia.
- Flamarique, F. (2017) *Gestión de operaciones de almacenaje*. Edición: Logis <https://books.google.com.pe/books?id=yhcpdwaaqbaj&printsec=frontcover&dq=almacenaje+logistica&hl=es&sa=x&ved=0ahukewjzp4fhro3iahwq1fkhhbl7b5iq6aeiqzaf#v=onepage&q&f=false>
- Gaitán, A. (2013) *Operaciones y control de almacén de conservas vegetales*. (1ª ed.). Málaga. Editorial.
- García, F. (2004) *Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*. Editorial: Limusa, S.A. de Grupo Noriega Editores, Balderas, México.
- Granillo, R. & Olivares, E. & Martínez, J. Santana, F. (2017) *Modelos de optimización para la logística en una cadena de suministro Agroalimentaria*, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México.

- Hurtado, B. & Robles, J. & Preciado, J. & Bañuelos, N. (2017) *Logística de transporte y desarrollo local en organizaciones exportadoras de uva de mesa sonorenses*, Sonora, México.
- Izquierdo, F. (2019) *Atención al cliente en el proceso comercial*. (1ª ed.). Antequera, Málaga.  
<https://books.google.com.pe/books?id=fjedwaaqbaj&pg=pt122&dq=seguimiento+de+postventa+de+atencion+al+cliente&hl=es&sa=x&ved=0ahukewjllodfxknjahxbzvkkhesscieq6aeipzae#v=onepage&q=seguimiento%20de%20postventa%20de%20atencion%20al%20cliente&f=false>
- López, C. & Acosta, A. & Páez, A. & Sarmiento, L. & Tafur, A. (2017) *Enfoques estratégicos del Brand Equity en las empresas que internacionalizan servicios de operación logística* en la ciudad de Bogotá, Universidad & Empresa, 20(35).
- López, C. & Bolaños, S. & Méndez, G. (2014) *La logística como estrategia para proveer de inteligencia a las organizaciones*, Universidad Pontificia de Salamanca, España.
- López, R. (2014) *Logística de aprovisionamiento*. (1ª ed.). Madrid, España. Edición: Paraninfo.  
<https://books.google.com.pe/books?id=khlfawaaqbaj&pg=pa15&dq=proceso+logistico&hl=es&sa=x&ved=0ahukewie253nr4riahvgq1kkhcxtcgoq6aeiodad#v=onepage&q=proceso%20logistico&f=false>
- López, R. & Tamayo E. (2012). *Pedido, expedición y recepción de mercancías*. Madrid, España  
 Edición: Editex Recuperado de  
<https://books.google.com.pe/books?id=ue0fbaaaqbaj&pg=pa226&dq=seguimiento+de+pedido&hl=es419&sa=x&ved=0ahukewj1sok0i3iahws1lkkhd3pblkq6aeiota#v=onepage&q=seguimiento%20de%20pedido&f=false>
- Lorenzo, M. & Zangaro, M. (2017) *Proyectos y Metodología de la investigación*. Ministerio de Educación. Ediciones: Aula del Taller. Recupera de  
<https://issuu.com/maria466/docs/lorenzo-y-zangaro-2002-proyectos-y->
- Martínez, L. & Kadi, O. (2019) *Logística Integral y Calidad Total, Filosofía de Gestión Organizacional orientadas al cliente*, Universidad privada Dr. Rafael Bellosa, Venezuela.
- Másmela R. (2014) *Como implementar Sistemas para la Gestión de Proyectos*, Bogotá-Colombia.
- Molinillo, S. (2014) *Distribución Comercial Aplicada*. (2ª ed.). Madrid, España.  
<https://books.google.com.pe/books?id=vwqcagaaqbaj&printsec=frontcover&dq=d>

istribucion&hl=es419&sa=x&ved=0ahukewj3onyviahvlwlkhhvtacfmq6aeirjag#v=onepage&q=distribucion&f=false

Shafiq, M. & Soratana, K. (2019) *Humanitarian Logistics and Supply chain managementa qualitative study*, LogForum, Naresuan University, Phitsanulok, Thailand.

Naresh, M (2004) *Investigación de mercado: Un enfoque aplicado*. Edición: Pearson Educación Cuarta Edición, México. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=slmeblvk2oqc&pg=pa258&dq=escala+de+likert&hl=es419&sa=x&ved=0ahukewiy1srcmupiahxrxfkkhdpbbckq6aeikdaa#v=onepage&q=escala%20de%20likert&f=false>

Ocampo, P. & Rodríguez, L. (2016) *Estrategias de mejoramiento en la logística de cadena de frio, para productos farmacéuticos*, Universidad La Gran Colombia, Bogotá, Colombia.

Pacheco, G. (2016) *Atención al cliente y tramitación de consultad de servicios financieros*. (1ª ed.) Antequera, Málaga Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=aincdwaaqbaj&pg=pt118&dq=atender+consultas+de+atencion+al+cliente&hl=es&sa=x&ved=0ahukewjpvewx16njahxyb80khzmabkkq6aeikzab#v=onepage&q=atender%20consultas%20de%20atencion%20al%20cliente&f=false>

Palomo, T. (2008) *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*, 5ta Edición Esic Editorial, Madrid, España. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=vfjzv21afygc&pg=pa75&dq=teoria+de+maslow&hl=es&sa=x&ved=0ahukewjg1qa7td3kahxeh7kghvtpag4q6aeiltab#v=onepage&q=teoria%20de%20maslow&f=false>

Pelayo, J. & Ortiz, N. (2018) *La satisfacción en las empresas de logísticas internacional en Jalisco*, en la universidad de Guadalajara, México

Pulpón, A (2006) *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una Tesina* Ediciones: Universidad, Barcelona, España. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=5cwkw3woi8c&pg=pa55&dq=poblacion+y+muestra&hl=es&sa=x&ved=0ahukewib8otwwoliahxc1fkkhuvwdyiq6aeijzaa#v=onepage&q=poblacion%20y%20muestra&f=false>

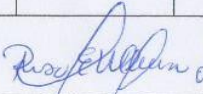
- Querevalú, J. (2018) *“El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018”* (Título profesional de licenciado en negocios internacionales). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Sampieri, R. (2014) *Metodología de la investigación*. (6th ed.). México
- Schmal, R. & Olave, T. (2014) *Optimización del proceso de Atención al cliente en un Restaurant durante Períodos de Alta demanda*, Escuela de Ingeniería en Informática Empresarial, en la universidad de Talca, Chile.
- Solórzano, M (2018) *Gestión de pedidos y stock*. (1ª ed.). Málaga, Editorial. <https://books.google.com.pe/books?id=pbhddwaaqbaj&pg=pt87&dq=gestion+de+pedido&hl=es419&sa=x&ved=0ahukewi6m9ccpy3iahvdmlkhhfguayqq6aeiptae#v=onepage&q=gestion%20de%20pedido&f=false>
- Torres, J. (2018) *Propuesta de mejora de sistema de almacenamiento y distribución Interna de Las bodegas de una empresa dedicada a la venta al por mayor de productos de plástico*. (Obtención del título de Ingeniería Industrial) Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- Torres, J. & Briñez, M. & Romero, V. (2017) *Políticas de Servicio para el Proceso Logístico en las empresas de Comercialización de Crudo Natural*, Universidad privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Venezuela.
- Trespalacios, J. & Vázquez, R. (2009) *Estrategias de distribución comercial – La Distribución Comercial y los canales de distribución*
- Valentina, E. & Cortés, S. & Jaén, J. (2018) *Diseño e implementación de un modelo de madurez de capacidades logísticas en servicios de atención médica domiciliaria*, Universidad de Antioquía, Colombia
- Valentina, E. & Mock, J. & Zapata, I. & Galvis, O. & López, D. (2014) *Gestión logística en la prestación de servicios de hospitalización domiciliaria en el Valle del Cauca: caracterización y diagnóstico*
- Zuluaga, A. & López, J. (2010) *Estrategias logísticas para el abastecimiento de las pymes del sector confección del municipio de Itagüí*, Politécnico Colombiano, Grupo de investigación COINDE.

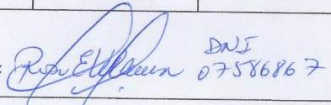


## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: EL PROCESO LOGÍSTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019					
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		METODOLOGÍA
			Variables y Dimensiones	INDICADORES	
<p><b>Problema General</b> ¿Qué relación existe entre el proceso logístico y la Atención al cliente de la Empresa “¿El Huevo de Oro S.A.C.”, 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>¿Qué relación existe entre el proceso Logístico y la Información en el “¿Huevo de Oro S.A.C.”, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre el proceso logístico y la Atención de incidencias en el “¿Huevo de Oro S.A.C.”, 2019?</p> <p>¿Qué relación existe entre el proceso logístico y el Seguimiento de postventa en el “¿Huevo de Oro S.A.C.”, 2019?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar la influencia del proceso logístico en la Atención al cliente de la empresa Huevo de Oro S.A.C. – Breña, 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Determinar la Información entre el Aprovisionamiento y la Información de la empresa Huevo de Oro S.A.C. - Breña, 2019.</p> <p>Determinar la influencia entre la logística interna y la Atención de Incidencias en la empresa Huevo de Oro S.A.C. - Breña, 2019.</p> <p>Determinar la influencia entre la logística externa y el Seguimiento de postventa en la empresa Huevo de Oro S.A.C. - Breña, 2019.</p>	<p><b>Hipótesis General</b> Existe relación entre el proceso logístico y la Atención al cliente en la Empresa Huevo de Oro S.A.C., distrito de Breña, Lima, 2019</p> <p><b>Hipótesis Específicos</b></p> <p>Existe relación significativa entre el proceso logístico y la información en la Empresa Huevo de Oro S.A.C., distrito de Breña, Lima, 2019</p> <p>Existe relación significativa entre el proceso logístico y la Atención de incidencias en la Empresa Huevo de Oro S.A.C., distrito de Breña, Lima, 2019</p> <p>Existe relación significativa entre el proceso logístico y el Seguimiento de postventa en la Empresa Huevo de Oro S.A.C., distrito de Breña, Lima, 2019</p>	<p><b>V1. Procesos Logístico</b></p> <p>1. Aprovisionamiento</p> <p>2. Logística Interna</p> <p>3. Logística Externa</p> <p><b>V2. Distribución</b></p> <p>1. Información</p> <p>2. Atención de incidencias</p> <p>3. Seguimiento de postventa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de pedidos</li> <li>Gestión de stocks</li> <li>Almacén</li> <li>Control de Inventarios</li> <li>Expedición de mercancías</li> <li>Transporte</li> <li>Atender consultas</li> <li>Comunicar los servicios</li> <li>Atender reclamaciones</li> <li>Sugerencia y Felicitaciones</li> <li>Controlar la garantía</li> <li>Proceso de devolución</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo de Estudio:</b> Aplicada</p> <p><b>Tipo de diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Diseño de estudio general:</b> Transversal</p> <p><b>Diseño de estudio específico:</b> Correlacional</p> <p><b>Método de investigación:</b> Hipotético – deductivo</p> <p><b>Población</b> 50 colaboradores</p> <p><b>Muestra</b> 50 colaboradores</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

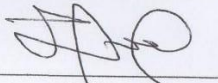
## Matriz de validación del instrumento de obtención de datos

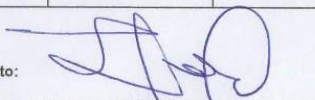
Título de la investigación: EL PROCESO LOGISTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: PEREZ RUIZ, LESLIE							
Apellidos y nombres del experto: Dra. VILLANUEVA FIGUEROA, ROSA ELVIRA							
Dra. De Administración; Mg. Gestión Pública; Mg. Marketing y Comercio Internacional; Mg. Educación; Lic. En Administración							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Proceso Logístico	Aprovisionamiento	Gestión de pedidos	Los pedidos realizados por el cliente son ingresados inmediatamente al sistema.	TD = Total D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TD = Total D = Desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			La empresa capacita a los colaboradores para tener un mejor control de pedidos.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Gestión de stocks	Usted cuenta con un stock determinado, hasta que llegue el nuevo pedido		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			Se registra las entradas y salidas de la mercadería como manejo de control de stock.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Logística interna	Almacenaje	El almacén cuenta con zonas específicas para la carga y descarga de productos.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			Existen ambientes adecuados para la conservación de los productos y se puedan almacenar		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Inventarios	Se realiza un inventario permanente para verificar los productos de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			Se registran en los inventarios finales la totalidad de pérdidas de productos en el almacén.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Logística externa	Expedición de mercancías	Los productos contienen un embalaje o empaquetado resistente hasta llegar al cliente.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			Los clientes suelen devolver los productos porque están dañados.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Transporte		La empresa tiene sus propias unidades de transporte para la entrada de sus productos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		El producto que solicita el cliente siempre es entregado a tiempo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Firma del experto:  DNI 07586867			Fecha 12, 07, 2019				

Título de la investigación: EL PROCESO LOGISTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: PEREZ RUIZ, LESLIE							
Apellidos y nombres del experto: VILLANUEVA FIGUEROA, ROSA ELVIRA							
Dra. De Administración; Mg. Gestión Publica; Mg. Marketing y Comercio Internacional; Mg. Educación; Lic. En Administración							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Atención al cliente	Información	Atender consultas	Se envía correo electrónico de la conformidad de la atención con el cliente como evidencia	TD = Total D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TD = Total Acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Las consultas de los clientes son atendidos el mismo día sin postergación del colaborador		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Comunicar los Servicios	Al cliente se le comunica siempre los cambios de precio del producto antes de enviarlos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El colaborador comunica al cliente los días no laborables para que soliciten su pedido con anticipación		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Atención de incidencias	Atender Reclamaciones	Los clientes reclaman frecuentemente por el tiempo de entrega del producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los reclamos de los clientes se registran oportunamente y se resuelve el mismo día		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Sugerencia y Felicitaciones	El cliente felicita a los colaboradores por la calidad y limpieza del producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
			La sugerencia de los clientes es constantemente por las unidades vehicular que deben estar siempre limpias		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguimiento de postventa	Controlar las garantías	La empresa Huevo de Oro brinda garantía, certificado de calidad, de sus productos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Si el producto llega en malas condiciones al cliente, inmediatamente es cambiado por otro producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
Proceso de devolución		El cliente devuelve el pedido cuando no llegan a la hora indicada	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los productos devueltos como el huevo son desechados a la basura	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto:  DNI 07586867			Fecha 12/07/2019				



# Acta de Validación N°2

Título de la Investigación: EL PROCESO LOGISTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: PEREZ RUIZ, LESLIE							
Apellidos y nombres del experto: CAMANZA ESTELA TEODORA							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Proceso Logístico	Aprovisionamiento	Gestión de pedidos	Los pedidos realizados por el cliente son ingresados inmediatamente al sistema.	TD = Total D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TD = Total D = Desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			La empresa capacita a los colaboradores para tener un mejor control de pedidos.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Gestión de stocks	Usted cuenta con un stock determinado, hasta que llegue el nuevo pedido		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se registra las entradas y salidas de la mercadería como manejo de control de stock.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Logística interna	Almacenaje	El almacén cuenta con zonas específicas para la carga y descarga de productos.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Existen ambientes adecuados para la conservación de los productos y se puedan almacenar		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Inventarios	Se realiza un inventario permanente para verificar los productos de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se registran en los inventarios finales la totalidad de pérdidas de productos en el almacén.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Logística externa	Expedición de mercancías	Los productos contienen un embalaje o empaquetado resistente hasta llegar al cliente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los clientes suelen devolver los productos porque están dañados.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Transporte		La empresa tiene sus propias unidades de transporte para la entrada de sus productos	<input checked="" type="checkbox"/>				
		El producto que solicita el cliente siempre es entregado a tiempo.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto: 			Fecha 12, 07, 19				

Título de la investigación: EL PROCESO LOGISTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: PEREZ RUIZ, LESLIE							
Apellidos y nombres del experto: CAMANZA ESTER TEODORO							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Atención al cliente	Información	Atender consultas	Se envía correo electrónico de la conformidad de la atención con el cliente como evidencia	TD = Total D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TD = Total Acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Las consultas de los clientes son atendidos el mismo día sin postergación del colaborador		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Comunicar los Servicios	Al cliente se le comunica siempre los cambios de precio del producto antes de enviarlos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El colaborador comunica al cliente los días no laborables para que soliciten su pedido con anticipación		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Atención de incidencias	Atender Reclamaciones	Los clientes reclaman frecuentemente por el tiempo de entrega del producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los reclamos de los clientes se registran oportunamente y se resuelve el mismo día		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Sugerencia y Felicitaciones	El cliente felicita a los colaboradores por la calidad y limpieza del producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
			La sugerencia de los clientes es constantemente por las unidades vehicular que deben estar siempre limpias		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguimiento de postventa	Controlar las garantías	La empresa Huevo de Oro brinda garantía, certificado de calidad, de sus productos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Si el producto llega en malas condiciones al cliente, inmediatamente es cambiado por otro producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Proceso de devolución	El cliente devuelve el pedido cuando no llegan a la hora indicada		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los productos devueltos como el huevo son desechados a la basura		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto: 			Fecha 12, 07, 19				



### Acta de Validación N°3

Título de la investigación: EL PROCESO LOGISTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: PEREZ RUIZ, LESLIE							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Alva Arce, Rosel Cesar							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Proceso Logístico	Aprovisionamiento	Gestión de pedidos	Los pedidos realizados por el cliente son ingresados inmediatamente al sistema.	TD = Total D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TD = Total D = Desacuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			La empresa capacita a los colaboradores para tener un mejor control de pedidos.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Gestión de stocks	Usted cuenta con un stock determinado, hasta que llegue el nuevo pedido		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se registra las entradas y salidas de la mercadería como manejo de control de stock.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Logística interna	Almacenaje	El almacén cuenta con zonas específicas para la carga y descarga de productos.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Existen ambientes adecuados para la conservación de los productos y se puedan almacenar		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Inventarios	Se realiza un inventario permanente para verificar los productos de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Se registran en los inventarios finales la totalidad de pérdidas de productos en el almacén.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Logística externa	Expedición de mercancías	Los productos contienen un embalaje o empaquetado resistente hasta llegar al cliente.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los clientes suelen devolver los productos porque están dañados.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Transporte	La empresa tiene sus propias unidades de transporte para la entrada de sus productos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El producto que solicita el cliente siempre es entregado a tiempo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto:			Fecha 11, 07, 19				

Título de la investigación: EL PROCESO LOGISTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: PEREZ RUIZ, LESLIE							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Rosal Cesar, Alva Arce							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Atención al cliente	Información	Atender consultas	Se envía correo electrónico de la conformidad de la atención con el cliente como evidencia	TD = Total D = Desacuerdo I = Indiferente A = Acuerdo TD = Total Acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Las consultas de los clientes son atendidos el mismo día sin postergación del colaborador		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Comunicar los Servicios	Al cliente se le comunica siempre los cambios de precio del producto antes de enviarlos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			El colaborador comunica al cliente los días no laborables para que soliciten su pedido con anticipación		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Atención de incidencias	Atender Reclamaciones	Los clientes reclaman frecuentemente por el tiempo de entrega del producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Los reclamos de los clientes se registran oportunamente y se resuelven el mismo día		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Sugerencia y Felicitaciones	El cliente felicita a los colaboradores por la calidad y limpieza del producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
			La sugerencia de los clientes es constantemente por las unidades vehicular que deben estar siempre limpias		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Seguimiento de postventa	Controlar las garantías	La empresa Huevo de Oro brinda garantía, certificado de calidad, de sus productos		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Si el producto llega en malas condiciones al cliente, inmediatamente es cambiado por otro producto		<input checked="" type="checkbox"/>		
Proceso de devolución		El cliente devuelve el pedido cuando no llegan a la hora indicada	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Los productos devueltos como el huevo son desechados a la basura	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto:			Fecha 18, 07, 19				

## ANEXO 3

## Instrumento de medición de Variable 1: Proceso Logístico

## “EL PROCESO LOGÍSTICO Y LA ATENCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019”

OBJETIVO: Determinar la relación entre el proceso logístico y la distribución en la empresa el Huevo de Oro S.A.C. Breña, 2019.

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
1	2	3	4	5

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Los pedidos realizados por el cliente son ingresados inmediatamente al sistema.					
2	La empresa capacita a los colaboradores para tener un mejor control de pedidos.					
3	Usted cuenta con un stock determinado, hasta que llegue el nuevo pedido					
4	Se registra las entradas y salidas de la mercadería como manejo de control de stock.					
5	El almacén cuenta con zonas específicas para la carga y descarga de productos.					
6	Existen ambientes adecuados para la conservación de los productos y se puedan almacenar					
7	Se realiza un inventario permanente para verificar los productos de la empresa.					
8	Se registran en los inventarios finales la totalidad de pérdidas de productos en el almacén.					
9	Los productos contienen un embalaje o empaquetado resistente hasta llegar al cliente.					
10	Los clientes suelen devolver los productos porque están dañados.					
11	La empresa tiene sus propias unidades de transporte para la entrada de sus productos					
12	El producto que solicita el cliente siempre es entregado a tiempo.					

**Gracias por su colaboración**



## Instrumento de medición de Variable 2: Atención al cliente

“EL PROCESO LOGÍSTICO Y LA ATENCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019”

OBJETIVO: Determinar la relación entre el proceso logístico y la atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C. Breña, 2019.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
1	2	3	4	5

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Se envía correo electrónico de la conformidad de la atención con el cliente como evidencia					
2	Las consultas de los clientes son atendidos el mismo día sin postergación del colaborador					
3	Al cliente se le comunica siempre los cambios de precio del producto antes de enviarlos					
4	El colaborador comunica al cliente los días no laborables para que soliciten su pedido con anticipación					
5	Los clientes reclaman frecuentemente por el tiempo de entrega del producto					
6	Los reclamos de los clientes se registran oportunamente y se resuelve el mismo día					
7	El cliente felicita a los colaboradores por la calidad y limpieza del producto					
8	La sugerencia de los clientes es constantemente por las unidades vehicular que deben estar siempre limpias					
9	La empresa Huevo de Oro brinda garantía, certificado de calidad, de sus productos					
10	Si el producto llega en malas condiciones al cliente, inmediatamente es cambiado por otro producto					
11	El cliente devuelve el pedido cuando no llegan a la hora indicada					
12	Los productos devueltos como el huevo son desechados a la basura					

**Gracias por su colaboración**

## ANEXO 5

## Base de datos

</

## Recibo de prueba de similitud

feedback studio

El Proceso Logístico y la Atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Iloca, 2019

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**El Proceso Logístico y la Atención al cliente en la empresa el Huevo de Oro S.A.C., Iloca, 2019**

**TEMAS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**Escuela de Administración**

**AUTORA:**  
Lidia Carolina Pérez Ruiz (CUCV) 0000-0002-7228-0084

**ASESORA:**  
Dra. Rosa Elvira Villanueva Figueroa (CUCV) 0000-0002-7929-0047

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Ejecución de organizaciones

**(LIMA - PERU)**  
2019

*Rosa Elvira Villanueva*

**Resumen de coincidencias**

**23 %**

Se están usando fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (beta)

**Coincidencias**

1	repositorio.univ.edu.pe	9 %
2	Enviado a Universia.	8 %
3	Enviado a Universia.	1 %
4	diariet.univ.edu.pe	<1 %
5	repositorio.univ.edu.pe	<1 %
6	www.univ.edu.pe	<1 %
7	Enviado a Universia.	<1 %
8	Enviado a Universia.	<1 %
9	repositorio.univ.edu.pe	<1 %

16 de 26    Número de palabras: 8873    Text-only Report    High Resolution

## Recibo de prueba de similitud



## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	LESLIE CAROLAYN PEREZ RUIZ
Título del ejercicio:	ADM DPI 2019-2
Título de la entrega:	El Proceso Logístico y la Atención a...
Nombre del archivo:	TURNITIN_17.11.docx
Tamaño del archivo:	72.9K
Total páginas:	27
Total de palabras:	8,430
Total de caracteres:	44,831
Fecha de entrega:	18-nov.-2019 02:01a. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega:	1186635123



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El Proceso Logístico y la Atención al cliente en la empresa El Dorado S.A.C.,  
Bambas, 2019

TRABAJO PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:  
LESLIE CAROLAYN PEREZ RUIZ (DNI: 0000-0000-7728-6000)

ASESOR:  
Dra. ROSA EUNYRA VILLASUEVA FLOREDA (DNI: 0000-0000-2019-0000)

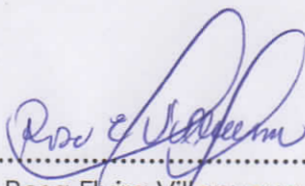
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Yo, VILLANUEVA FIGUEROA, ROSA ELVIRA, docente de la Escuela Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo, sede Los Olivos, revisora de la tesis titulada

"EL PROCESO LOGÍSTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019" de la estudiante PEREZ RUIZ LESLIE CAROLAYN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 12 de diciembre del 2019



.....  
Dra. Rosa Elvira Villanueva Figueroa  
Asesora de Investigación de la EP Administración  
DNI: 07586867

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsables del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	----------------------	--------	---------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE  
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 10  
Fecha : 25-02-2019  
Página : 1 de 1

Yo PEREZ RUIZ LESLIE CAROLAYN, identificado con DNI N° 75392573 egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado

"EL PROCESO LOGÍSTICO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA EL HUEVO DE ORO S.A.C., BREÑA, 2019"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

  
FIRMA

DNI: 75392573

FECHA: 12 de Diciembre del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------